

PRESSEMITTEILUNG

Douglas digitalisiert Supply Chain mit KI-Technologie

- KI-gesteuerte Software von Relex Solutions optimiert die gesamte Supply Chain von Douglas
- Steigerung von Produktverfügbarkeit bei gleichzeitiger Senkung des Lagerbestands um bis zu 20 Prozent
- Erhöhte Wirksamkeit von Marketingkampagnen durch Machine Learning
- Digitalisierung von strategischer Bedeutung für Douglas

Düsseldorf, 7. Januar 2021. Douglas, die führende Premium-Beauty-Plattform, digitalisiert als erster Händler sein gesamtes Lieferketten-Management mit der KI-gesteuerten Software von Relex Solutions. Die Digitalisierung umfasst den Einkauf aller Produkte von allen Lieferanten zur Verbesserung von Warenverfügbarkeit und -bestand in Onlineshops und Filialen des Unternehmens.

Darüber hinaus setzt das Unternehmen die KI ein, um die Wirksamkeit von Marketingkampagnen zu steigern und individuelle Warenplatzierungen in den Douglas Filialen zu optimieren. Auch die Personalplanung für Logistikstandorte und Filialen verbessert sich durch den Einsatz von KI.

Dank der Machine-Learning-Algorithmen von Relex gewinnt die Prognosequalität der Software im Laufe der Zeit immer stärker an Genauigkeit. Schon heute berücksichtigt sie komplexe Datenstrukturen wie beispielsweise tägliche Wettervorhersagen für jeden einzelnen Filialstandort. So wird die gesamte Supply Chain von Douglas mit einem Gesamtsortiment von über 100.000 Produkten dank des Einsatzes von KI hocheffizient und agiler. Als erfahrener Relex-Transformationspartner berät die Unternehmens- und Strategieberatung Accenture Douglas über den gesamten Implementierungszeitraum der Software.

Thomas Täuber, Managing Director Retail Industry bei Accenture kommentiert: "Die Zusammenarbeit zwischen Douglas, Relex und Accenture hat sich bereits in den ersten Monaten dieser spannenden Reise bewährt. Mensch- und Maschine-Lieferketten sind auf optimalen Service, Geschwindigkeit, Flexibilität, Belastbarkeit und Kosten ausgelegt und tun gleichzeitig Gutes für die Gesellschaft. Durch den Einsatz von KI-gestützter Software stellt Douglas seine Kunden in den Mittelpunkt und wird in Zukunft in der Lage sein, Prozesse effizienter zu gestalten und gleichzeitig seinen Kunden einen noch besseren,

DOUGLAS

personalisierten Service sowie ein noch besseres Erlebnis zu bieten – mit der Gewissheit, dass verantwortungsvolle Praktiken eingehalten werden.“

„KI-basierte Technologien bieten Douglas einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil durch eine verbesserte Leistungsfähigkeit unserer Supply Chain. Deren digitale Transformation unterstützt unser starkes E-Commerce-Wachstum“, so Dr. Christian Korte, COO von Douglas.

Bereits im Jahr 2018 hat der Premium-Beauty-Händler Douglas im Rahmen seiner #FORWARDBEAUTY-Strategie den Fokus auf E-Commerce gerichtet. In den vergangenen Jahren sind die Online-Umsätze von Douglas durchschnittlich um rund 35 Prozent pro Jahr gewachsen. Unter der Prämisse DIGITAL FIRST integriert Douglas jetzt Onlineshops, Marketplace und seine mehr als 2000 Filialen auf einer digital vernetzten, datenbasierten Beauty-Plattform. „Digital First ist unsere Grundhaltung“, unterstreicht Tina Müller, CEO der Douglas Group. „Unser Ziel ist es, alle Prozesse im Unternehmen mit digitalen Lösungen noch kundenorientierter zu machen. Basierend auf unseren Daten trägt der Einsatz von künstlicher Intelligenz und Machine Learning dazu bei, die gesamte Lieferkette unserer Beauty-Plattform weiter zu optimieren.“

„Douglas ist das herausragende Beispiel eines Händlers, der die aktuellen Transformationen im Handel als Chance begreift, statt sie als Bedrohung zu sehen“, so Dr. Mikko Kärkkäinen, CEO von Relex Solutions. „Das Team von Douglas versteht die Rolle, die intelligente Technologie bei der Erneuerung des Einzelhandels spielt. Ich freue mich auf die enge Zusammenarbeit, die dadurch entstehenden Innovationen und das Aufbauen einer Supply Chain der nächsten Generation.“

ÜBER DOUGLAS:

Douglas ist Europas führende Premium-Beauty-Plattform. Mit über 100.000 Beauty- und Lifestyle-Produkten in Online-Shops, Beauty-Marketplace und mehr als 2000 Filialen inspiriert Douglas in nie dagewesener Vielfalt, individuelle Schönheit zu leben. Der weitere Ausbau des wachstumsstarken E-Commerce steht im Zentrum des Strategieprogramms #FORWARDBEAUTY.DIGITALFIRST. Im Geschäftsjahr 2018/2019 erwirtschaftete Douglas einen

DOUGLAS

Umsatz von 3,5 Milliarden Euro in den Bereichen Parfümerie, dekorative Kosmetik, Haut- und Haarpflege sowie Nahrungsergänzung und Accessoires.

#letsdobeautiful

PRESSEKONTAKT:

Eva Krüger

Corporate Communications Manager

Telefon: +49 211 16847 6644

E-Mail: pr@douglas.de